

# Creare un'oasi apistica nella tua cantina? Il passo verso una sostenibilità concreta

scritto da Emanuele Fiorio | 7 Luglio 2025



*Nel cuore della sostenibilità concreta, Bee It propone alle cantine un progetto semplice ma rivoluzionario: creare oasi apistiche nei propri vigneti. Un'iniziativa che coniuga tutela della biodiversità, comunicazione autentica e coinvolgimento diretto dei consumatori. Un modello replicabile che trasforma ogni bottiglia in un messaggio etico e rafforza l'identità aziendale in modo distintivo e misurabile.*

Nel cuore di un gesto semplice nasce [Bee It](#), società benefit fondata da **Nicola Iacopelli**. Un progetto per salvare le api – fondamentali per la biodiversità e la nostra alimentazione – attraverso le **Oasi Apistiche**, spazi rigenerativi in grado di assorbire CO2, ridurre le temperature e sostenere la fertilità

**del suolo.** Ma Bee It è anche un **nuovo modello d'impresa**, dove ogni prodotto comunica un valore, coinvolgendo aziende e consumatori in un circolo virtuoso di sostenibilità reale, non solo dichiarata.

## **Come è nata Bee It?**

Un giorno **nostro figlio di 8 anni ha trovato un'ape moribonda in piscina e ha deciso di salvarla.** Ha preso del miele e l'ha avvicinato all'ape: incredibilmente, ha iniziato a succhiarlo e poi è volata via. Una scena sorprendente, un piccolo miracolo che mi ha scosso. Pochi giorni dopo ho visto Angelina Jolie ritratta ricoperta di api per il World Bee Day. Da lì **ho iniziato a documentarmi sul rischio di estinzione delle api e sull'impatto devastante che avrebbe sulla nostra alimentazione.** Ho sentito il bisogno di agire. Così è nata Bee It.

**Bee It è un progetto innovativo che si concentra sulla protezione delle api e sulla promozione della sostenibilità ambientale e sociale. Può raccontarci in termini semplici e sintetici cos'è Bee It, qual è la sua missione?**

Bee It rompe lo schema classico: qui i valori sono al centro, il prodotto è il veicolo del messaggio. **La nostra missione è salvaguardare le api e gli impollinatori**, responsabili del 70% del cibo che consumiamo. Lo facciamo creando Oasi Apistiche, con fiori nettariiferi, rigenerazione del suolo e nuove famiglie di api. **Le api, tra l'altro, portano benefici diretti in vigna e in bottiglia:** contribuiscono a mantenere un ecosistema più resistente a parassiti e malattie, sono bioindicatori della salubrità delle colture, trasportano lieviti indigeni (tra cui *Saccharomyces cerevisiae*) che nella fermentazione possono arricchire il profilo aromatico,

contribuiscono a una maggiore cicatrizzazione degli acini danneggiati, limitando l'attacco della botrite.

Per finanziare le oasi, **abbiamo creato [una linea cosmetica "Save the Bees"](#)** in cui ogni prodotto è un manifesto. È un modello replicabile ovunque: **il valore ambientale si trasmette al consumatore, che diventa parte attiva del cambiamento.** Le aziende che collaborano con noi partecipano a Family Days, giornate di volontariato e attività edutainment, coinvolgendo dipendenti e comunità.

**Le oasi apistiche che avete creato sono un progetto che promuove la biodiversità e la sostenibilità. Può raccontarci qualche esempio di come queste oasi siano state applicate con successo in contesti aziendali?**

Le oasi creano impatto ecologico e sociale. Abbiamo realizzato team building, giornate didattiche e workshop in diverse aziende. L'effetto sulle persone è potente: molti si appassionano, alcuni diventano hobbisti o installano piccole casette per le api. Ma soprattutto, **si sviluppa un senso di comunità aziendale: le api diventano simbolo di cooperazione, di obiettivi condivisi. Un messaggio che entra nel DNA aziendale.**

**Nel settore vinicolo, la sostenibilità è molto legata alle certificazioni. Cosa rende le soluzioni di Bee It così diverse e pratiche rispetto ad altri approcci nel settore?**

La differenza sta nella concretezza e nella comunicazione attiva. Una bottiglia "Save the Bees" non è solo un vino, ma

un manifesto etico. Il progetto è reale, visibile, condiviso. E si può raccontare. **Le cantine possono così comunicare ai propri clienti non solo il “cosa” fanno, ma anche il “perché”.** Non esistono molti altri strumenti che riescano a trasmettere un valore così chiaramente, partendo dal prodotto.

**Sostenibilità e redditività a volte possono sembrare in contrasto, ma quali prove avete a supporto del fatto che un approccio sostenibile, come quello di Bee It, possa portare a benefici economici per le aziende vitivinicole?**

**Il valore etico è un potente driver commerciale. Il consumatore oggi cerca autenticità e coerenza.** Quando un vino diventa anche portatore di un messaggio sociale e ambientale, viene scelto non solo per il gusto ma per ciò che rappresenta. Abbiamo visto un aumento della fedeltà al brand e nuove occasioni di racconto sui media e nei punti vendita. E questo ha un valore economico misurabile.

**Le oasi apistiche Bee It coinvolgono non solo aspetti ambientali, ma anche sociali. Come pensa che l'integrazione delle api in una cantina possa rafforzare il legame con la comunità e con i consumatori?**

L'interazione è profonda. Il consumatore sa che acquistando quel vino partecipa a un progetto reale. Le aziende possono organizzare giornate aperte, attività didattiche, degustazioni nell'oasi... e i visitatori ne escono cambiati. **Il racconto si diffonde, genera passaparola, e rafforza l'identità della cantina.**

**Il vostro impegno per ridurre l'uso della plastica attraverso packaging ecologici è notevole. Quali altre innovazioni nel packaging potrebbero aiutare il settore vino a ridurre il suo impatto ambientale?**

Stiamo già lavorando con materiali riciclati, etichette in carta piantabile, capsule biodegradabili. Ma **il vero salto avviene se il packaging racconta la missione: una bottiglia può essere il portavoce di un progetto.** Inoltre, lavoriamo sulla compensazione concreta delle emissioni attraverso le oasi. **Ogni etichetta può diventare una "prova d'impatto", tracciabile.**

**A quali sfide e ostacoli avete dovuto far fronte durante il lancio delle oasi apistiche nelle aziende e quali insegnamenti avete tratto per il futuro?**

Le sfide più frequenti riguardano la logistica e l'ambiente: disponibilità d'acqua, vicinanza con l'attività umana, assenza di pesticidi. Ma ogni criticità può essere affrontata con un progetto su misura. L'insegnamento più grande? **Le aziende sono pronte, serve solo un buon partner che le accompagni nel percorso.**

**Un consiglio rivolto alle aziende vitivinicole: perché dovrebbero considerare Bee It come partner nel percorso di sostenibilità?**

Perché oggi distinguersi non significa solo produrre qualità, ma anche generare impatto. Il consumatore vuole sapere cosa c'è dietro ogni bottiglia. **Bee It permette alla cantina di**

**raccontare una storia potente, autentica, visibile. E di farlo in modo semplice, coinvolgente, replicabile.** Perché la sostenibilità non è un'etichetta: è un'azione che lascia il segno.

---

## **Punti chiave:**

1. **Bee It** è una società benefit che realizza **oasi apistiche** per proteggere gli impollinatori, migliorare la biodiversità e contribuire alla rigenerazione ambientale.
2. Le **api portano benefici diretti alla viticoltura**, favorendo l'equilibrio dell'ecosistema, trasportando lieviti utili alla fermentazione e limitando le malattie dell'uva.
3. Le aziende vitivinicole possono usare Bee It per **rafforzare la propria identità sostenibile**, con azioni tangibili e facilmente comunicabili ai consumatori.
4. Le oasi offrono anche **valore sociale**, creando occasioni di team building, attività didattiche e Family Days che coinvolgono comunità e dipendenti.
5. Bee It unisce **impatto ambientale, comunicazione attiva e ritorno economico**, offrendo alle cantine un progetto replicabile, distintivo e strategico.